



Die ANZAG hat ihr Ergebnis gesteigert und ihre Marktposition gefestigt.

Dr. Thomas Trümper

Vorsitzender des Vorstands
der ANZAG

in der Hauptversammlung am 23. Februar 2010



Meine sehr verehrten Damen und Herren,

sehr geehrte Aktionäre der Andreae-Noris Zahn AG,

im Namen des Vorstands begrüße ich Sie ganz herzlich zu unserer Hauptversammlung.

Vor einem Jahr haben wir an dieser Stelle klar gesagt, dass sich die Ertragslage der ANZAG vor allem im Inland verbessern muss. Dieses Ziel haben wir erreicht: Wir können Ihnen heute über ein gestiegenes Ergebnis und die Festigung unserer Marktposition berichten. Die weltweite Wirtschaftskrise – die schwerste seit Bestehen der Bundesrepublik Deutschland – hat unser Unternehmen nicht so hart getroffen, wie Unternehmen anderer Branchen.

Darüber hinaus ist es erfreulich, dass zu dem verbesserten Ergebnis sowohl das Pharmagroßhandelsgeschäft in Deutschland als auch die Konzerngesellschaften in Osteuropa beigetragen haben. Dies belegt die Tragfähigkeit unserer Strategie: Wir stärken das Geschäft in Deutschland,

gleichzeitig bauen wir unser Engagement in wachstumsstarken Auslandsmärkten gezielt aus.

Soweit dies wirtschaftlich sinnvoll und finanziell vertretbar ist, werden wir auf diesem Weg auch in Zukunft weiter voranschreiten. Denn noch immer kann die Ertragssituation der ANZAG nicht befriedigen, was allerdings kein spezifisches Firmen-, sondern ein Branchenproblem ist.

Wir stärken das Geschäft in Deutschland, gleichzeitig bauen wir unser Engagement in wachstumsstarken Auslandsmärkten gezielt aus.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat sich noch deutlicher als in den Jahren zuvor gezeigt, dass die Dynamik in der Gesundheitswirtschaft weitgehend von der allgemeinen konjunkturellen Entwicklung abgekoppelt ist. Das Wachstum im deutschen Arzneimittelmarkt war mit 3,6% zwar nicht

so hoch wie erwartet. Doch im Vergleich zum Bruttoinlandsprodukt, das sich um 5% verringert hat, ist das Wachstum im Arzneimittelmarkt umso erfreulicher.

Diese Entwicklung war nicht, wie früher, durch die so genannte Strukturkomponente – also die Zunahme bei den hochpreisigen, innovativen Arzneimitteln –, sondern durch das Mengenwachstum bestimmt: Nachdem im Geschäftsjahr 2008 erstmals wieder ein Wachstum von 2,5% verzeichnet werden konnte, wuchs die Zahl der abgegebenen Packungen im Geschäftsjahr 2009 weiter um 1,7%.

Positiv ist auch festzuhalten, dass sich die Preisentwicklung stabilisiert hat: Nach Angaben des Wissenschaftlichen Instituts der AOK sind die Preise für verschreibungspflichtige Arzneimittel ungefähr gleich geblieben. Im Festbetragsmarkt – das sind Medikamente bestimmter Wirkstoffgruppen, für die von den gesetzlichen Krankenkassen ein einheitlicher Erstattungsbetrag festgelegt wird – war

das Preisniveau mit 1,4% weiter leicht rückläufig.

Mit einer Steigerung von 2,8% wuchs der Großhandelsmarkt in Deutschland weiterhin langsamer als der Arzneimittelmkt. Der Grund dafür liegt im erneuten Anstieg der Direktbelieferungen durch die Industrie. Im Geschäftsjahr 2009 erhöhte sich ihr Anteil von 16,8% auf 17,5%. Aktuell scheint sich bei der Direktbelieferung jedoch eine Trendwende abzuzeichnen – dazu später mehr.

Mit einer Steigerung von 2,8% wuchs der Großhandelsmarkt in Deutschland weiterhin langsamer als der Arzneimittelmkt.

Treiber für diese Entwicklung war lange Jahre das Arzneimittelversorgungs-Wirtschaftlichkeitsgesetz aus dem Jahre 2006. Damit wurden Naturalrabatte verboten und Barrabatte auf die Höhe der Großhandelsspanne beschränkt. Für die Wettbewerbsstruktur der Distributionskette Hersteller-Großhändler-Apotheker bedeutet dies, dass der Wettbewerb nur noch auf Ebene des Großhandels stattfindet: Der Großhandel muss seine Spanne natürlich zur Kostendeckung und zur Erwirtschaftung eines Ergebnisses einsetzen. Die Hersteller hingegen können über die gesamte Großhandelsspanne frei verfügen – ein klarer Wettbewerbsvorteil, wenn es um die Frage geht, zu welchen Preisen in die Apotheke geliefert wird.

Der Anteil des pharmazeutischen Großhandels an den Gesamtausgaben der Gesetzlichen Krankenversicherung lag im Jahr 2008 bei nur noch 0,66%. Seit 2000 hat sich dieser Anteil halbiert, er ist damit heute einer der kleinsten Ausgabeposten überhaupt.

Legt man nur die GKV-Ausgaben für Arzneimittel in Höhe von 26,8 Mrd. Euro zugrunde, ist der Anteil des Großhandels weiter von 4,1 auf 4,0% gesunken. Auf die Apotheken entfielen 15,5%, der Anteil der pharmazeu-

tischen Industrie lag bei 64,5%. Die Mehrwertsteuer machte 16% aus.

Und das möchte ich noch einmal deutlich hervorheben: Der Staat nimmt über die Mehrwertsteuer 4,3 Mrd. Euro ein, und zwar nur mit dem Verkauf von Arzneimitteln. Anschließend bezuschusst er die Krankenkassen dann wieder mit 7,2 Mrd. Euro. Ich bin zwar kein Politiker, aber als Mann der Wirtschaft frage ich mich schon, warum man das ganze System nicht entschlackt und damit enorme Verwaltungs- und Abwicklungskosten einspart. Jedes vernünftig handelnde Wirtschaftsunternehmen hätte diese Maßnahme längst ergriffen. Die meisten Staaten in Europa sehen dies übrigens genau so.

In unserem – nach wie vor wettbewerbsintensiven – Marktumfeld hat die ANZAG ihren Konzernumsatz um 4,1% auf 4,0 Mrd. Euro gesteigert. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) konnte von 28,1 Mio. Euro auf 35,0 Mio. Euro erhöht werden.

Das Geschäftsvolumen im Großhandel Deutschland, der 93% des Konzernumsatzes ausmacht, lag mit 3,7 Mrd. Euro um 0,9% über dem des Vorjahrs. Wir haben dabei ganz bewusst in Kauf genommen, dass das Wachstum der ANZAG unter der Marktentwicklung des pharmazeutischen Großhandels in Deutschland lag. Wie eingangs gesagt, haben wir unser Augenmerk auf die Sicherung der Erträge gelegt.

In unserem – nach wie vor wettbewerbsintensiven – Marktumfeld hat die ANZAG ihren Konzernumsatz um 4,1% auf 4,0 Mrd. Euro gesteigert.

Die ausländischen Gesellschaften haben mit insgesamt 280,3 Mio. Euro überproportional zum Anstieg der Erlöse beitragen. Werfen wir deshalb nun einen genaueren Blick auf die Entwicklung unserer Tochtergesell-

schaften und Beteiligungen im Ausland.

In Kroatien und Rumänien haben sich die Arzneimittelmärkte insgesamt weiter positiv entwickelt. Doch hier bekommen wir die Wirtschaftskrise stärker als in Deutschland zu spüren. In Rumänien betrug das Marktwachstum in 2008 währungsbereinigt 17,7%, in Kroatien 8,0%. Litauen, der dritte Auslandsmarkt der ANZAG, ist von den aktuellen ökonomischen Verwerfungen stark betroffen, der Markt ging von Januar bis

Die Großhandelsmärkte in Rumänien und Kroatien sind auch unter Berücksichtigung der Währungseinflüsse nachhaltig gewachsen.

Juli 2009 im Vergleich zum Vorjahr deutlich zurück. Der baltische Staat hat den schlimmsten wirtschaftlichen Einbruch unter allen EU-Staaten hinnehmen müssen. Dass der Gesundheitsmarkt in Osteuropa dennoch weiter wächst, zeigt deutlich: Gesundheit ist für die Menschen – unabhängig von der aktuellen wirtschaftlichen Situation – überall ein hohes Gut. Keine Regierung kann es sich hier erlauben, radikal den Rotstift anzusetzen.

Und so sind die Großhandelsmärkte in Rumänien und Kroatien auch unter Berücksichtigung der Währungseinflüsse nachhaltig gewachsen. In Rumänien betrug das Marktwachstum in 2008 6,6%, in Kroatien nahm der Markt um 8,9% zu. Etwas anders sieht es in Litauen aus: Während der Großhandelsmarkt dort im Vorjahr um 8,0% wuchs, ist das Marktvolumen im Berichtsjahr vorläufig um rund 6,0% zurückgegangen.

Die erstmals zum 1. September 2008 konsolidierte litauische Tochtergesellschaft Armila UAB, an der die ANZAG mit 92% beteiligt ist, erwirtschaftete einen Umsatz von 68,7 Mio. Euro. Das Unternehmen ist in Litauen mit einem Marktanteil von 14% einer

der wichtigsten pharmazeutischen Großhändler. Wie bereits erläutert, wirkte sich die Finanz- und Wirtschaftskrise in Litauen besonders gravierend aus. Dieser Entwicklung entsprechend, haben wir die Prognosen zur Geschäftsentwicklung im Konzern angepasst und eine Wertminderung auf den aktivierten Goodwill aus dem Erwerb der Armila in Höhe von 5,7 Mio. Euro vorgenommen.

Der drittgrößte kroatische Pharmagroßhändler Oktal Pharma d.o.o. gehört seit 2005 zu 49% zum Konzern. Der kroatische Pharmamarkt gilt mit einem Umsatzpotenzial von fast 800 Mio. Euro als einer der wichtigsten Zukunftsmärkte in der Region. Mit Tochtergesellschaften in Bosnien-Herzegowina, Serbien und Slowenien ist Oktal Pharma auch in den Nachbarländern vertreten. Trotz der rigiden Konsolidierungspolitik der öffentlichen Hand verzeichnete die Oktal Pharma ein gutes Ergebnis.

In Rumänien ist die ANZAG seit 2006 mit 60% an der Farmexpert DCI S.A. beteiligt, die mit einem Marktanteil von rund 10% als der drittgrößte Pharmagroßhändler des Landes gilt. Die Gesellschaft versorgt Apotheken und Kliniken in Rumänien über insgesamt sechs Niederlassungen und ein Konsignationslager. Rumänien hat 22 Mio. Einwohner, deshalb bietet der Pharmamarkt erhebliches Wachstumspotenzial: Die Pro-Kopf-Ausgaben für Arzneimittel sind noch deutlich geringer als im EU-Durchschnitt. Der Großhandelsmarkt zeigte sich trotz der Rezession als äußerst robust. Das operative Ergebnis war sehr zufriedenstellend.

Der Großhandelsmarkt zeigte sich trotz der Rezession als äußerst robust.

Auch für die übrigen Tochtergesellschaften der ANZAG möchte ich hier einige aktuelle Entwicklungen skizzieren: Mit rund 1.100 Mitgliedern ist die vivesco Apotheken-Part-

ner GmbH bereits fünf Jahre nach ihrer Gründung eines der führenden Apotheken-Kooperationssysteme in Deutschland. Die Mitglieder der vivesco kommunizieren unter dem Dach einer gemeinsamen Marke – ohne dass sie dabei ihre Individualität und unternehmerische Eigenständigkeit aufgeben. Die Gesellschaft konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr ihre Bruttoerlöse erhöhen. Der handelsrechtliche Jahresüberschuss war wie im Vorjahr leicht positiv. Auf die aktuelle Entwicklung der vivesco werde ich im Ausblick noch detaillierter eingehen.

Die vivesco Apotheken-Partner GmbH ist bereits fünf Jahre nach ihrer Gründung eines der führenden Apotheken-Kooperationssysteme in Deutschland.

Die OMNIA Gesellschaft für Verwaltung und Beteiligungen mbH hält Beteiligungen an verschiedenen in- und ausländischen Tochtergesellschaften der ANZAG. Das Management der OMNIA berät die Gesellschaften im Konzernverbund in allen Fragen rund um ihre Beteiligungsverhältnisse und arbeitet teilweise in den Leitungs- und Aufsichtsgremien der Tochtergesellschaften mit. Die OMNIA ist damit ein wichtiges Instrument zur Weiterentwicklung der arbeitsteiligen Konzernstruktur: Sie unterstützt die operativen Gesellschaften und treibt ihre Einbindung in den ANZAG Konzern voran. Darüber hinaus entwickelt und steuert sie im Auftrag der Konzerngesellschaften Akquisitions- und Researchprojekte. Im letzten Jahr wurden wesentliche Tochtergesellschaften von der ANZAG auf die OMNIA übertragen. Im Zuge dessen wurden auch Maßnahmen zur Stärkung der Eigenkapitalbasis bei zwei Gesellschaften durchgeführt.

Die CPL Pharma Lager und Vertrieb GmbH bietet maßgeschneiderte Logistikkonzepte und -dienstleistungen

für die Healthcare- und Pharmabranche aus einer Hand. Neben der Auftragsannahme, dem Warehousing und der Distribution übernimmt die CPL für die Pharma-Hersteller auch ergänzende Dienstleistungen wie Inkasso/Mahnwesen, Retourenabwicklung und Hotline Service. Für die ANZAG und andere Pharmagroßhändler ist die CPL als Zentrallagergesellschaft tätig, für Pharmahersteller übernimmt sie Logistkiddienstleistungen, inzwischen auch in Österreich. Die Gesellschaft konnte ihren Jahresüberschuss steigern.

Der Blick auf die Gewinn- und Verlustrechnung zeigt die verbesserte Geschäftssituation der ANZAG. Durch unsere klare ertragsorientierte Strategie ist die Ropertragsmarge um 0,43 Prozentpunkte auf 6,39% gestiegen.

Die Sonstigen betrieblichen Erträge erhöhten sich um 6,0 Mio. Euro auf 32,9 Mio. Euro. Ein wesentlicher Teil des Anstiegs ist der rumänischen Tochtergesellschaft Farmexpert zuzurechnen, die höhere Marketingprovisionen erwirtschaften konnte. Der Anstieg der Sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 6,9 Mio. Euro auf 118,1 Mio. Euro ist vor allem auf Wechselkursverluste bei der Farmexpert sowie die erstmalige Einbeziehung der Armila zurückzuführen.

Durch unsere klare ertragsorientierte Strategie ist die Ropertragsmarge um 0,43 Prozentpunkte auf 6,39% gestiegen.

Die Personalkosten erhöhten sich um 12,0 Mio. Euro auf 115,9 Mio. Euro. Diese Zunahme ist im Wesentlichen durch gesunkene Zinssätze bei der Berechnung der Pensionsrückstellungen sowie durch die erstmalige Einbeziehung der Armila UAB bedingt. In Deutschland trugen zudem höhere Provisions- und Abfindungszahlungen zu den Personalkosten bei.

Am Bilanzstichtag beschäftigten die ANZAG und ihre Tochtergesell-

schaften auf Vollzeitkräfte umgerechnet 2.635 Mitarbeiter, gegenüber 2.504 im Vorjahr. Diese Steigerung ist hauptsächlich auf die Einbeziehung der Armila zurückzuführen. In Deutschland ging die Zahl der Beschäftigten erneut leicht zurück.

Das EBIT konnte von 28,1 Mio. Euro auf 35,0 Mio. Euro gesteigert werden.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind das wichtigste Kapital der ANZAG. Mit der Anerkennung individueller Leistungsbeiträge und maßgeschneiderten Entwicklungsplänen stellen wir sicher, dass unser Team weiterhin den aktuellen und kommenden Herausforderungen gewachsen ist. Zu unseren Prinzipien gehört es auch, dass wir unsere Führungskräfte in erster Linie aus dem Unternehmen heraus entwickeln. Im Geschäftsjahr 2009 bildete zudem erneut die qualifizierte und fundierte Ausbildung junger Menschen einen Schwerpunkt: Die Zahl der Auszubildenden blieb mit 120 gegenüber 123 im Vorjahr nahezu konstant.

Das EBIT konnte von 28,1 Mio. Euro auf 35,0 Mio. Euro gesteigert werden. Der Beitrag der beiden voll konsolidierten ausländischen Tochtergesellschaften zum Ergebnis blieb mit 2,5 Mio. Euro nahezu unverändert. Hier haben sich die erwähnte Goodwill-Abschreibung bei unserer Tochter UAB Armila von 5,7 Mio. Euro sowie zusätzliche Abschreibungen auf neu erworbene Immaterielle Vermögenswerte negativ ausgewirkt. Im Inland erhöhte sich das EBIT von 25,6 Mio. Euro auf 32,5 Mio. Euro. Die Finanzierungskosten konnten deutlich gesenkt werden: Aufgrund der niedrigeren Inanspruchnahme von Fremdmitteln wie auch durch gesunkene Zinssätze sind die Zinsaufwendungen von 20,8 Mio. Euro auf 17,0 Mio. Euro zurückgegangen. Hierdurch und durch den Anstieg der Zinserträge von 2,8 Mio. Euro auf 3,5 Mio. Euro verbesserte sich das Finanzergebnis

von minus 17,2 Mio. Euro auf minus 12,7 Mio. Euro.

Im Berichtsjahr haben sich Ertragsteuern in Höhe von 8,4 Mio. Euro ergeben. So ist das Konzernergebnis von 7,3 Mio. Euro auf 13,9 Mio. Euro gestiegen.

Der Jahresüberschuss der Andreae-Noris Zahn AG beläuft sich auf 15,2 Mio. Euro nach 12,1 Mio. Euro im letzten Jahr.

Zur Finanzierung eines pharmazeutischen Großhandelsunternehmens lassen Sie mich zunächst etwas Grundsätzliches sagen: Der Pharmagroßhandel kauft Arzneimittel von der pharmazeutischen Industrie, lagert sie als Vorrat ein und verkauft sie dann an Apotheken weiter. Durch die Vorfinanzierung der Warenlieferungen entstehen aus dem Zahlungsverkehr heraus tageweise kurzfristige Liquiditätsspitzen. Diese wurden in der Regel auch kurzfristig finanziert. Vor allem vor dem Hintergrund der Finanz- und Wirtschaftskrise haben wir bereits im Jahr 2008 erkannt, dass wir unsere Finanzierungsstrukturen verändern müssen, um nachhaltig mehr Sicherheit für unser Geschäft zu gewinnen. Im vergangenen Jahr konnten wir hier deutliche Fortschritte erzielen und u.a. in Deutschland ein Factoring-Programm auflegen. Mit diesem Forderungsverkauf hat sich die ANZAG mittelfristig Liquidität gesichert und ihre Finanzierungsstruktur auf eine breitere Basis gestellt. Damit sind wir bei der Finanzierung unserer Geschäftstätigkeit deutlich unabhängiger von zukünftigen Entwicklungen an den Kapitalmärkten geworden. Vor diesem Hintergrund betrachten wir die Kapitalflussrechnung.

Der Jahresüberschuss der Andreae-Noris Zahn AG beläuft sich auf 15,2 Mio. Euro nach 12,1 Mio. Euro im letzten Jahr.

Der Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit beträgt 85,0 Mio. Euro, nach 27,2 Mio. Euro im Vorjahr.

Der deutliche Mittelzufluss resultiert – trotz Zunahme der Vorräte – aus dem gestiegenen Konzernergebnis vor Steuern und aus den reduzierten Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, die sich vor allem durch das Factoring-Programm verringert haben.

Die Bilanzsumme des Konzerns ist um 1,5% auf 898,2 Mio. Euro zurückgegangen.

Auszahlungen in Höhe von 20,4 Mio. Euro für den Erwerb von 92% der Anteile an der litauischen ARMILA prägen den Cashflow aus Inverstitutionsstätigkeit. In immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen wurden 9,5 Mio. Euro investiert, gegenüber 17,1 Mio. Euro im Vorjahr.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit war mit minus 53,8 Mio. Euro negativ. Diese Zahl enthält den Abfluss der Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2008 in Höhe von 11,7 Mio. Euro. Darüber hinaus konnten – im Wesentlichen über den Mittelzufluss der Factoring-Vereinbarung – per Saldo Bankverbindlichkeiten in Höhe von 41,1 Mio. Euro zurückgeführt werden.

Der Free Cash Flow verbesserte sich nach 12,2 Mio. Euro im Vorjahr maßgeblich durch das bereits beschriebene Factoring.

Die Bilanzsumme des Konzerns ist um 1,5% auf 898,2 Mio. Euro zurückgegangen. Auch hier wirkt sich die reduzierte Kapitalbindung in den Forderungen infolge der Factoring-Vereinbarung aus.

Die Langfristigen Vermögenswerte erhöhten sich um 7,5 Mio. Euro auf insgesamt 207,0 Mio. Euro. Die Steigerung resultiert im Wesentlichen aus der Erstkonsolidierung der Armila UAB und enthält die dabei identifizierten immateriellen Vermögenswerte und den Goodwill.

Die Kurzfristigen Vermögenswerte sind um 21,4 Mio. Euro auf 691,3 Mio. Euro gesunken. Die Veränderung ist

überwiegend durch den Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 57,4 Mio. Euro auf 378,1 Mio. Euro verursacht. Dem steht der Anstieg der Vorräte um 22,7 Mio. Euro auf 283,5 Mio. Euro und der Sonstigen Vermögenswerte um 14,1 Mio. Euro auf 21,5 Mio. Euro gegenüber.

Das Eigenkapital ist mit einem Rückgang um 0,5 % nahezu konstant geblieben.

Die Passivseite der Bilanz zeigt eine solide Finanzierungsstruktur: Das Eigenkapital des Konzerns deckt die Langfristigen Vermögenswerte vollständig und darüber hinaus noch 17,5 % der Kurzfristigen Vermögenswerte ab.

Die Langfristigen Schulden – inklusive der Pensionsverpflichtungen – stiegen um 13,8 Mio. Euro auf 191,7 Mio. Euro. Neben dem Anstieg der Pensionsverpflichtungen um 3,8 Mio. Euro resultiert dies aus der Umschichtung kurzfristiger Verbindlichkeiten.

Die Kurzfristigen Schulden verminderten sich um 25,9 Mio. Euro auf 378,8 Mio. Euro. Dabei sanken die Finanzschulden als Folge der Umschichtung und des Factoring-Programms um 47,6 Mio. Euro auf 110,2 Mio. Euro.

Die Lieferantenverbindlichkeiten lagen am Bilanzstichtag mit 227,1 Mio. Euro um 24,8 Mio. Euro höher als ein Jahr zuvor. Sie sind kurzfristiger Natur und bilden die der ANZAG eingeräumten Zahlungskonditionen ab.

Das Ergebnis je Aktie liegt bei 1,16 Euro, nach 68 Cent im Vorjahr.

Nach Saldierung der Lang- und Kurzfristigen Schulden mit den Kurzfristigen Vermögenswerten verbleibt ein Vermögensüberschuss von 120,8 Mio. Euro.

Werfen wir jetzt einen Blick auf die ANZAG-Aktie:

Das Ergebnis je Aktie liegt bei 1,16 Euro, nach 68 Cent im Vorjahr.

Die ANZAG setzt seit Langem auf Kontinuität in der Dividendenpolitik. Dementsprechend schlagen wir der Hauptversammlung in Abstimmung mit dem Aufsichtsrat vor, erneut eine Dividende von 1,10 Euro auszuschütten. Das würde – bezogen auf den Aktienkurs zum Bilanzstichtag – einer Dividendenrendite von 4,9 % entsprechen.

Die unverändert gesunde Bilanz bildet eine solide Grundlage für die künftige Geschäftsentwicklung.

Natürlich konnte sich die ANZAG-Aktie der allgemeinen Börsenentwicklung, die von den Auswirkungen der Finanzkrise geprägt war, nicht entziehen. Ihren Tiefpunkt erreichte die Aktie im November 2008 mit 15,21 Euro. Seitdem befindet sie sich in einem stabilen Aufwärtstrend. Zum Ende des Geschäftsjahres, am 31. August 2009, lag die ANZAG-Aktie bereits wieder bei 22,49 Euro. Aktuell notierte sie zum Ende letzter Woche mit 29,90 Euro.

Meine Damen und Herren, der ANZAG ist es im vergangenen Geschäftsjahr gelungen, ihre Marktposition gut zu behaupten. Die Ertragsentwicklung hat sich ins Positive gedreht. Unser erklärtes Ziel haben wir also erreicht. Die unverändert gesunde Bilanz bildet zudem eine solide Grundlage für die künftige Geschäftsentwicklung. Bevor ich zum laufenden Geschäftsjahr komme, möchte ich zusammenfassend noch einmal die wesentlichen Gründe für den erfolgreichen Abschluss des vergangenen Geschäftsjahres nennen:

Erstens. Der *Gesundheitsmarkt* ändert sich schnell – wir *gestalten ihn aktiv mit*. Dafür setzen wir uns vorausschauend mit dem Wandel in unserem Umfeld auseinander und entwickeln ständig neue Leistungsangebote, mit denen unsere Kunden, die selbstständigen Apotheken, ihren Erfolg steigern können und die sie wirkungsvoll entlasten. Dabei reichen

unsere Angebote von neuen logistischen Lösungen für sensible – zum Beispiel thermolabile – Arzneimittel über ein erweitertes und aktualisiertes Angebot an Marketing- und Beratungsleistungen bis hin zu unserem Kooperationssystem *vivesco*.

Zweitens. Unser Handeln ist stets auf die *nachhaltige Sicherung und Steigerung unseres Erfolgs* angelegt. Wir planen mit Weitblick und sind gleichzeitig offen für neue Wege – in allen Bereichen: in der Zusammenarbeit mit unseren Marktpartnern, bei der Verbesserung unserer betrieblichen Abläufe oder eben auch – wie geschildert – bei der Anpassung unserer Finanzierung mit neuen Instrumenten.

Und drittens ist es uns gelungen, durch *Diversifizierung* die Schwankungen in unserem Heimatmarkt zu glätten. Das bedeutet nicht, dass wir unser Großhandelsgeschäft in Deutschland vernachlässigen. Doch gleichzeitig haben wir in den letzten vier Jahren attraktive Engagements in wachstumsstarken Auslandsmärkten aufgebaut und die dortigen Aktivitäten gemeinsam mit dem einheimischen Management dieser Gesellschaften gezielt weiterentwickelt. Das vergangene Geschäftsjahr zeigt den Erfolg dieser Strategie, denn sowohl der Großhandel in Deutschland als auch unsere Auslandsaktivitäten haben mit ihren Erträgen zum verbesserten Geschäftsergebnis beigetragen.

Sowohl der Großhandel in Deutschland als auch unsere Auslandsaktivitäten haben mit ihren Erträgen zum verbesserten Geschäftsergebnis beigetragen.

Kommen wir nun zu den Perspektiven der ANZAG im aktuellen Geschäftsjahr.

Insgesamt könnten wir durchaus Anlass haben, wieder etwas zuversichtlicher in die Zukunft zu schauen. Die Rahmenbedingungen für den

Pharmagroßhandel in Deutschland haben sich leicht verbessert. Dies wirkt sich auch auf unsere Erträge aus.

Trotz des weiterhin schwierigen gesamtwirtschaftlichen Umfelds ist der deutsche Arzneimittelmarkt im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahrs um 5,5% gewachsen.

Trotz des weiterhin schwierigen gesamtwirtschaftlichen Umfelds ist der deutsche Arzneimittelmarkt im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahrs um 5,5% gewachsen. Dabei sind die verschreibungspflichtigen Arzneimittel mit einem Zuwachs von 6,4% der Wachstumstreiber. So konnten wir den Konzernumsatz um 6,4%, das EBIT um 0,9% steigern.

Allerdings dürfen wir nicht verkennen, dass die steigenden Gesamtausgaben für Arzneimittel den Kassen und damit den Gesundheitspolitikern Probleme bei der Finanzierung bereiten. Wir können nur hoffen, dass nicht am falschen Ende gespart wird, und damit meine ich beim Großhandel. Im Jahre 2004 hat man uns die Marge um die Hälfte gekürzt. Vorgaben des Gesetzgebers und Anforderungen aus dem Markt sind dagegen weiter drastisch angestiegen. In einem freien Markt wäre ein Ausgleich im Wettbewerb möglich, nicht aber in einem regulierten System, das keine Luft zum Atmen lässt. Deshalb wäre es ratsam, wenn künftige Reformen mehr auf eine leistungsorientierte Vergütung setzten. Und in diesem Zusammenhang habe ich auch absolut kein Verständnis für die Forderung des GKV-Spitzenverbandes, die Marge des pharmazeutischen Großhandels nochmals um 40% zu kürzen. Die Stabilität unseres gut funktionierenden Arzneimittelversorgungssystems – in diesem Zusammenhang sehe ich beispielsweise auch bundesweite Pandemie-Lösungen – wird hiermit aufs Spiel gesetzt. Keine Branche überlebt

es, wenn man ihr in 6 Jahren die Marge um 70% kürzt.

Aus heutiger Sicht erwartet der Vorstand, dass die Ertragslage im In- und Ausland weiter stabil bleibt. Die ANZAG will in dem für den Geschäftserfolg maßgeblichen Großhandelsmarkt konform wachsen. Dementsprechend soll der Konzernumsatz auf rund 4,1 Mrd. Euro steigen.

Vor allem durch die 15. Novelle des Arzneimittelgesetzes (AMG), die zum 1. August 2009 in Kraft getreten ist, hat sich die Position des Pharmagroßhandels im Vertriebssystem für Medikamente verbessert: Mit der AMG-Novelle sind der öffentliche Versorgungsauftrag des Pharmagroßhandels und seine Definition als Vollversorger in das Arzneimittelgesetz aufgenommen und festgeschrieben worden. Mit dem gleichzeitigen gesetzlichen Anspruch auf Belieferung für den vollversorgenden pharmazeutischen Großhandel besteht endlich Klarheit über die Rahmenbedingungen unseres Geschäftsmodells.

Seit Inkrafttreten der Novelle hat sich bestätigt, dass viele Apotheken die Belieferung durch den Pharmagroßhandel bevorzugen – einfach, weil sie effizienter und insgesamt kostengünstiger ist als die Direktbelieferung. So wuchs der Markt des pharmazeutischen Großhandels im ersten Quartal unseres Geschäftsjahrs mit 6,8% erstmals seit langer Zeit wieder stärker als der Apothekenmarkt. Der Anteil des Direktgeschäfts ist gesunken. Wir sind zuversichtlich, dass sich dieser Trend fortsetzt.

Aus heutiger Sicht erwartet der Vorstand, dass die Ertragslage im In- und Ausland weiter stabil bleibt.

Die Korrektur, die vom Gesetzgeber mit der 15. AMG-Novelle durchgeführt wurde, war aus unserer Sicht dringend notwendig. Insbesondere das Arzneimittelversorgungs-Wirtschaftlichkeitsgesetz hat den Direkt-

vertrieb massiv gefördert, mit der Folge, dass der Anteil der Direktbelieferung mit über 18% deutlich höher war als in anderen europäischen Ländern, wo lediglich etwa 10% aller Arzneimittel direkt ausgeliefert werden.

Die ANZAG wird sich auch in Zukunft dafür einsetzen, dass der pharmazeutische Großhandel für seine Leistungen eine angemessene Marge erhält.

Doch trotz dieser leichten Verbesserung der Rahmenbedingungen sind wir noch immer ein gutes Stück von einem fairen Wettbewerb mit gleich langen Spießen entfernt.

Der Pharmagroßhandel ist die einzige Distributionsstufe in der Arzneimittelversorgung, in der ungebremsster freier Wettbewerb herrscht – und dies mit beträchtlicher Intensität. Dadurch befindet sich der Großhandel, was die Erträge angeht, seit Jahren im Spannungsfeld zwischen den Herstellern und den Apotheken.

Die ANZAG wird sich auch in Zukunft dafür einsetzen, dass der pharmazeutische Großhandel für seine Leistungen eine angemessene Marge erhält. Nur wenn die Erträge im Großhandel weiter stabilisiert werden, kann er seinen Versorgungsauftrag für die Bevölkerung zusammen mit der selbstständigen Apotheke und der Pharmaindustrie erfüllen.

Doch unabhängig von den politischen Rahmenbedingungen wird mit der steigenden Nachfrage nach Gesundheitsprodukten auch ein nachhaltiger Wandel in den Angebotsstrukturen einhergehen. Denn der rasante technologische Fortschritt und der kräftig zunehmende Bedarf an Gesundheitsleistungen stoßen ständig an finanzielle Grenzen, die durch regulierende Eingriffe des Gesetzgebers immer wieder neu definiert werden. Dies wird den Gesundheitsmarkt in Deutschland weiter verändern. Wir

von der ANZAG begreifen dies als Chance und halten dafür die richtigen Antworten bereit.

Dabei steht die inhabergeführte Apotheke weiterhin im Mittelpunkt unserer Überlegungen und Aktivitäten. Angesichts der zunehmenden Aufgaben und nicht zuletzt des Wettbewerbs durch den Internet-Handel wie auch der Aktivitäten von großen Handelskonzernen, die immer wieder versuchen, dominante Marktpositionen aufzubauen, fordern die Apotheken zu Recht von uns, dass wir sie als starker Partner unterstützen und ihnen helfen, sich erfolgreich für die Zukunft aufzustellen.

Wir bauen deshalb auch im Jahr 2010 die Unterstützung für unsere Kunden weiter aus. Dies gilt einerseits für den klassischen Pharmagroßhandel: Durch permanente Leistungsverbesserungen sichern wir die Qualität unserer Lieferungen. Andererseits unterstützen wir die Apotheke mit Marketing-Konzepten zur Endverbraucher-Ansprache. Wir bieten seit Jahren Schulungen und Verkaufstrainings für das Apothekenpersonal in beratungsintensiven Produktbereichen, und wir stellen Zeitschriften und andere Informationsmedien für die Patienten bereit.

Wir bauen deshalb auch im Jahr 2010 die Unterstützung für unsere Kunden weiter aus.

Für Apotheken, die in einem gemeinsamen und systematischen Auftritt Vorteile für sich sehen, hat die ANZAG bereits vor über fünf Jahren die Kooperation *vivesco* ins Leben gerufen. In der Aufbauphase ging es zunächst vor allem darum, eine zukunftsfähige, schlagkräftige und effiziente Organisationsstruktur zu entwickeln. In den kommenden drei Jahren lautet das Ziel, über eine Kommunikationsoffensive und eine deutlich gesteigerte Medienpräsenz die Bekanntheit der *vivesco*-Apotheken in der Bevölkerung spürbar zu erhöhen.

Verstärkung der Kommunikation und gleichzeitig höhere Effizienz durch die Bündelung der Aufgaben in der Kooperation: So entstehen für die Apotheke ein doppelter Zeitgewinn – und die entscheidenden Freiräume für die individuelle Beratung der Patienten. Denn da liegen nun einmal die Kernaufgabe und die Stärke des selbstständigen Apothekers.

Das pharmazeutische Großhandelsgeschäft wird auch künftig die wichtigste Säule unseres Unternehmens sein.

Aber auch die Anforderungen seitens der Hersteller von innovativen Medikamenten an die Distribution ihrer Produkte wachsen. Die ANZAG bedient diese Bedürfnisse der Industrie mit neuen Angeboten und dem kontinuierlichen Ausbau ihrer Logistikdienstleistungen, insbesondere durch die Aktivitäten der Tochtergesellschaft CPL.

Das pharmazeutische Großhandelsgeschäft wird auch künftig die wichtigste Säule unseres Unternehmens sein. Die ANZAG setzt hier auf technische Innovationen, um die Prozesse in der Arzneimitteldistribution weiter zu optimieren. Als erster pharmazeutischer Großhändler in Deutschland haben wir beispielsweise eine ganzheitlich validierte Logistikköslung für thermolabile Arzneimittel entwickelt: Spezielle Thermoversandbehälter sorgen dafür, dass temperaturempfindliche Produkte auch bei extremen Außentemperaturen unbeschadet in die Apotheke kommen.

Unsere Auslandsaktivitäten haben sich in den vergangenen Jahren zu einem wichtigen Baustein für die Ertragsstrategie der ANZAG entwickelt. Durch diese Engagements können wir die Schwankungen und Risiken im deutschen Markt allerdings nur bedingt ausgleichen.

Die ANZAG verfolgt nicht ausschließlich ökonomische Ziele. Wir wollen als Unternehmen auch soziale

Verantwortung für unsere Mitarbeiter und die Regionen, in denen wir tätig sind, übernehmen. Denn wirklicher Erfolg – und ich denke, da stimmen Sie mit mir überein – umfasst den gesamten Beitrag, den ein Unternehmen für die Gesellschaft leistet. Das Hauptaugenmerk der ANZAG liegt dabei auf Aktionen zur Förderung der Gesundheit. Dementsprechend lautet das Motto des diesjährigen Geschäftsberichts auch „Soziale Verantwortung übernehmen und Gesundheit fördern“.

Im Vorfeld der Frauenfußball-Weltmeisterschaft 2011 in Deutschland hat die ANZAG mit dem ANZAG GIRLS CUP eine bundesweite Initiative zur Unterstützung des Mädchen- und Frauenfußballs ins Leben gerufen.

Für die erfolgreiche Einbindung aller relevanten Stakeholder wurde das Kommunikationskonzept zum ANZAG GIRLS CUP im Oktober 2009 mit dem Internationalen Deutschen PR-Preis in der Kategorie Sponsoring ausgezeichnet.

Der Kostendruck – und damit die Sparmaßnahmen der Politik – setzen sich fort.

Lassen Sie mich zusammenfassen, worauf es uns im Vorstand der ANZAG ankommt: Was die Zukunft bringen wird, ist gerade für den Gesundheitsmarkt und vor allem auch für das Distributionssystem für Arzneimittel nur schwer vorherzusagen. Eines steht jedoch fest: Der Wandel wird unser ständiger Begleiter bleiben. Der Kostendruck – und damit die Sparmaßnahmen der Politik – setzen sich fort. Die Ansprüche und der Bedarf der Verbraucher werden steigen, neue medizinische Dienstleistungen und Medikamente auf den Markt kommen. All das wird die Gesundheitslandschaft kontinuierlich verändern.

Das erklärte Ziel der ANZAG besteht darin, auch unter sich verän-

dernden Rahmenbedingungen nachhaltig Wert zu schaffen – in guten wie auch in wirtschaftlich turbulenten Zeiten.

Dabei setzen wir weiter auf die bereits erwähnten Leitlinien:

▷ Wir helfen unseren Kunden, den selbstständigen Apothekern, erfolgreicher zu sein.

▷ Wir arbeiten hart daran, noch effizienter und leistungsfähiger zu werden.

▷ Wir achten darauf, dass unsere Unternehmenstätigkeit stets solide und vorausschauend finanziert ist. Denn gesunde Finanzen sind nun einmal die unverzichtbare Basis des wirtschaftlichen Erfolgs.

Deshalb bin ich froh, Ihnen berichten zu können, dass wir mit Beginn

des Jahres 2010 über langfristige Kredite unserer Kernbanken mit Haftungsfreistellung aus dem KfW Sonderprogramm verfügen, die, zusammen mit dem bereits 2008 geplanten Factoring-Programms, die Finanzierung der ANZAG auch in stürmischen Zeiten sichert.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!